

大都市経済圏における都市型産業の研究(2)

——大阪サンダル産業の動態分析(下)——

庄 谷 邦 幸*
中 山 徹**

はじめに

1. 大都市製造業の特化度
2. 全国の履物産業（とくにサンダル製造業）の動向（以上前号）
3. 大阪サンダル製造業の沿革と競合産地の動向（以下本号）
4. 大阪サンダル製造業の実態調査結果の分析

3. 大阪サンダル製造業の沿革と競合産地の動向

(1) 大阪サンダル製造業の形成

サンダルとは、「甲に繊維，合成樹脂または合成皮革を，本底にゴムもしくは合成樹脂またはこれらの混合物を使用し，甲と本底とを接着したもの」と定義されているように，素材に合成樹脂を使用しているのが最大の商品特性である。

大阪のプラスチック製サンダルの母体はゴム製履物であるとともに，和装履物でもあった。とくに関西地方では，ゴムの輸入とゴム加工技術の移入にまでさかのぼらねばならない。

関西地域でのゴム工業の発達は1909(明治42)年神戸ダンロップ護謨株式会社が設立されて以降であり，各種の生産財，消費財にゴムが使用されるようになった。大正中期に，ゴム履物工業が興り，当時はゴム長靴，地下足袋など総ゴム靴であった。1931(昭和6)年，ゴム製品が重要輸出品として指定されてから，大阪市生野区のゴム靴，ゴム草履生産者が日本ゴム工業連合会を通して，ゴム製品の自主検査体制をつくっていたことがわかる。戦時中の統制経済時代には，生産者の統合，廃業があり，生産を中断した企業も少なくない。

第2次大戦後まもなく，塩化ビニール等の合成樹脂の開発と利用が盛んになり，ゴム製履物業界，和装履物業界が合成樹脂の活用に着目した。例えば，ゴム製履物業界は塩化ビニールを靴やサンダルの甲皮材に取入れ，さらに材料の改良と接着剤の開発，加工技術の研究等に不断の努力がなされ，1955(昭和30)年頃には，ケミカルサンダル，ケミカルシューズという商品として一応の基礎が確立した。

日本における在来産業としての木製はきものの産地や，ゴムはき物産地の一部の業者は，第2次大戦後，新素材としての合成樹脂と接着剤の利用により，製品転換にチャレンジした。また，合成樹脂の利用ははき物業界に限らず，袋物，ベルトなど各種の身廻品や日用雑貨の分野へも広く普及していった。

大阪ゴム履物工業協同組合の資料によると，1950(昭和25)年春，人絹ギャバ地にゴムラバーを芯に，1寸3分の木ヒールを袋縫いした婦人パンプスが数社によって創られたことが，大阪におけるケミカルシューズの萌芽であったというように，ゴムはき物からいきなり現在のサンダルへ転換されたものではなかった。塩化ビニール素材の出現を契機に，ケミカルシューズの生産を手がける企業が増加し，1963(昭和38)年夏頃には殆んどメーカーがビニール製品に切り替えていたといわれる。ところで，1956(昭和31)年当時のケミカルシューズは，神戸

*本学経済学部

**大阪府立大学社会福祉学部

の大量生産型メーカーの増加と集団の力の影響で、大阪のメーカーは伸びなやみの状態となり、現状打開と経営体質の改善のために、サンダルの将来性に着眼し、シューズからの転換を行うようになったという。1960年当時、上記の組合員27～28社のうち、3～4社を除いて殆んどがサンダルの生産を行い、1962（昭和37）年には1社残らずサンダル製造業へ転換を行ったとい

われている。

このような製品の変化は日本工業規格（JIS）制度の変遷をみると確認できる（表3-1、表3-2参照）。すなわち、履物類の品質基準が確立したのは戦後であり、とくに新しく開発された合成樹脂、合成皮革等については1965（昭和40）年以降に規格が制定されたものが大部分であり、1960年代に履物用材料ならびに履物の

表 3-1 日本工業規格（JIS）の履物関連規格

規 格 項 目	制定年度
総ゴム靴	1950（昭和25）年
はり付けゴム底布靴	〃（ 〃 ）
はり付け地下たび	〃（ 〃 ）
縫付け地下たび	〃（ 〃 ）
靴用ゴム底	〃（ 〃 ）
ゴム引布	1954（昭和29）
ビニール靴	1955（昭和30）
皮靴（セメント方式）	1956（昭和31）
靴 用 革	1958（昭和33）
ビニールレザークロス	1960（昭和35）
ゴム底布靴及び総ゴム靴の標準呼び寸法	1965（昭和40）
ゴム底布靴及び総ゴム靴の標準金型寸法	〃（ 〃 ）
皮 靴	1969（昭和44）
靴甲用人工皮革試験方法	1971（昭和46）
靴甲用人工皮革	1972（昭和47）

（資料） 大阪ゴム履物工業協同組合『創立二十周年記念誌』（1976年）P. 15。

表 3-2 日本工業規格（JIS）の履物関連プラスチック規格

規 格 項 目	制定年度
塩化ビニール樹脂試験方法	1955（昭和30）年
ポリ酢酸ビニール試験方法	1956（ 〃 31）
ポリエチレン試験方法	1960（ 〃 35）
スチロール樹脂成形材料試験方法	1961（ 〃 36）
アクリロニトリル試験方法	1962（ 〃 37）
スチレン	1963（ 〃 38）
塩化ビニデン樹脂試験方法	1964（ 〃 39）
塩化ビニール樹脂試験方法	1968（ 〃 43）
ポリプロピレン試験方法	1968（ 〃 43）
接着剤各種試験方法	1970～74（ 〃 45～49）
エチレン酢酸ビニール樹脂試験方法	1973（ 〃 48）
摩耗輪によるプラスチックの摩耗試験方法	1974（ 〃 49）
研摩材によるプラスチックの摩耗試験方法	1974（ 〃 49）
A B S 樹脂板	1975（ 〃 50）

（資料） 表1に同じ。

品質が確立され、サンダルについても急成長をとげたのである。

(2) 大阪サンダル製造業者の組織化

このような原料革命による素材転換と商品転換、さらには業種転換の過程を、現在の大阪サンダル産業のにない手たちの組織化の視点からとらえてみよう（『大阪ゴム履物工業組合 20 年誌』および『同組合30年誌』による）。

(a)大阪ゴム履物工業協同組合は、1956(昭和31)年3月、14社の組合員で出発し、大阪府の認可を受けた。その大半はケミカルシューズが主な生産品目であった。組合事業の第一目的をゴム糊引工場の設置と決めた。当時大阪産地には業界専用の糊引工場が無く、多様化する資材の加工合理化が望まれたことが背景になっている。翌1957(昭和32)年1月に生野区巽西足代町(旧町名)に新工場が完成、組合は新事務所も工場内に設け、同年2月5日の法人設立認可によって組合活動が始まった。

大阪市のサンダル産地は、この生野区を中心としたゴム製品工場が大きくかかわっている。とくに、ゴム底布靴、ゴムプレス工場等の生産技術がサンダルの産地形成に大きな役割を果たした。1955～60年頃、塩化ビニールレザーが主材料に加わり、この組合創立の組合員には、ケミカルシューズ市場で、神戸製品と共にケミカルシューズの普及に大きく貢献した人が多いという。

1959年頃には、和装履物需要の急激なサンダル移行と、神戸のケミカルシューズの一大産地の確立によって、大阪ではサンダル製造業に独自性を見出すようになり、組合員の主生産はサンダルに特化するようになった。

1964(昭和39)年1月には、大阪サンダル工業会、近畿サンダル工業会、大阪ケミカルモード工業会の3団体がこの組合に合流し、組合員数は55社になった。

(b)関西ケミカルサンダル工業協同組合

大阪は和装履物の生産地として古い歴史があるが、第2次大戦後も高級草履、花緒、下駄、突掛等の生産は全国的にも大きな比重を占めて

いた。しかし、ビニールレザーの出現が製品転換の契機となり、低廉で履心地の良いサンダルが消費者に歓迎されると、斜陽化と不況に悩む卸・小売業界に希望をあたえ、大阪の伝統履物の生産者は1950年代後半から60年代前半にサンダル生産に移行した。

1957年(昭和32年)4月に生野区の転換業者を中心に生産者グループの「生粋会」が発足して、生産、販売の情報交換が始まった。

大阪の伝統的履物業者に加えて、滋賀県長浜市の花緒産地の2社も加わり、広域組合を作り大阪通産局へ協同組合設立の申請をしたのである。創立時のメンバーは24社であった。

(c)大阪サンダル工業組合

大阪の御蔵跡の「製造問屋」集団の中で、花緒、高級草履製造組合員が主で、従来の生産とサンダルの兼業者が中心となって1960年11月に19社で組織化した。

和装履物は合同見本市の歴史は古く、すでに全国網は確立していた。1958年9月の第7回大阪履物優良メーカー見本市で、高級履物中心にヘップ、カリプソも好調であると、当時の業界新聞に報じられている。

(d)大阪サンダル連合会の結成

大阪はそれぞれ特徴のある3組合が良き意味で開発競争を続け、新製品の発表と販売と販路拡大のため、組合別の見本市が日程を調整しながら開かれてきた。

1961年4月の全国サンダル生産連合会結成後は、各産地の見本市も、日程調整が行われ、全国の間屋はシーズンの替り毎に集中仕入れが可能になった。大阪産地と産地合同見本市が話題になり、当面の見本市運営を目的に、1965(昭和40)年6月に大阪サンダル連合会が成立した。同年8月23、24日の両日、国際見本市港会場3号館で大阪ゴム履物47社、関西ケミカル25社、大阪サンダル26社、計98社で初の合同見本市を開催した。

1968(昭和43)年、サンダル製造業は中小企業近代化促進法の指定を受けた。

(3) 静岡産地の動向

1955（昭和30）年頃の方法転換——製品転換の過程を、大阪以外の産地、静岡、広島（松永地区）について概観しておきたい。

静岡履物史編集委員会編『静岡履物史』（1968年、867頁）によると、第2次大戦直後から木製履物へ合成樹脂の利用が試みられている。すなわち、1948～49年頃から三池合成ソリライト（フェノール樹脂塗料）が塗り物に進出し、1950年頃には東洋高圧のユリックスが焼き下駄の光沢（艶出し）に用いられたりした。

1956～57（昭和31～32）年、静岡の下駄の塗料の不良品が大量に発生し、静岡市内の業者が大打撃を受けた。それが一つの契機となり、静岡県・市の援助を受け、静岡の履物業者は、ケミカルサンダルへの転換を決意し、サンダル先進地、神戸の中央化学工業（株）等の見学を実施した。静岡県工業試験場意匠課で縫製技術の研究を開始し、他方、神戸からも縫製技術者を招いて1週間の技術講習をおこなっている。また静岡市工芸指導所はケミカルサンダルに最も重要な接着剤ゴム糊の研究を行ない、合成ゴムネオプレンによる強力接着剤の製法を完成し、さらに同年6月にはこの製品を業者に供給するため、K.Sダイソ運営委員会を組織し、この委員会を基盤にして、ケミカル履物工業協同組合の設立をみたのである。組合員は76名であった。しかし、実際にサンダル製造に踏み切った業者は組合結成時は23軒であった。この組合は静岡市内に共同施設として接着剤製造工場を建設、この施設を中核に組合基盤をきづいていった。

しかし、目ざましい発展の途中、1959（昭和34）年後半から東京におけるベンゾール中毒問

表 3-3 静岡産地の規模別構成

従業者規模	事業所数	従業者数
1 ～ 9人	42	214
10 ～ 29人	36	647
30 ～ 99人	28	1,268
100 人以上	3	479
小 計	109	2,608
自 営	5	—
合 計	114	2,608

題が社会問題化し、その余波を受け、労働力不足の問題に遭遇した。この対策として、換気装置の完備、1961年4月からの最低賃金制度の実施、労務管理の改善に努めた。1963（昭和38）年9月の規模別事業所数は表3-3の通りである。

静岡のサンダル業界は生産の拡大にともなって輸出志向型になり、北米、ヨーロッパへ製品を輸出するが、ここでは木製履物からサンダルへの転換でとどめておきたい。つづいて広島産地の業種転換をみよう。

(4) 広島・松永産地の動向

広島県福山市松永地区は全国有数の木製履物産地であり、「日本はきもの博物館」が立地していることでも理解できよう。

さて、生活様式の近代化の波によって、木製履物の需要は減退した。1964（昭和39）年の統計によると、全国のはきもの類生産額は約1354億円で、革靴、ゴム靴の比率が高く、木製下駄は5.2%になっていた。しかし、当時は相対的地位は低下しても、出荷額の絶対額では、下駄は横ばいを示している。それは他の履物が増加したからに外ならない。

全国の木製履物産地動向を、生産実績（1964年）からみると、広島、栃木、茨木、福島、静岡、北海道、愛知、徳島、大分、香川、大阪の順になり、これまでは松永と静岡に特化して産地形成されていたものが、1960年代は機械生産が普及し材料が入手しやすく、消費地に近い後

表 3-4 松永地区における木履工業の地位

	事業所数	従業者数	出 荷 高
		人	百万円
松 永 地 区 全 産 業	1,567	7,531	11,340.5
木 材 木 製 品 製 造 業	311	2,423	3,743.2
木 製 履 物 製 造 業	250	1,252	1,429.4

表 3-5 広島県木製はきもの協組員の内訳

製 造 販 売	22社	チ ッ プ	2社
販 売	27〃	製 材	6〃
生 地 販 売	3〃	化 学 繊 維	6〃
木 ヒ ール	27〃	そ の 他	9〃
下 請	6〃	計	108

発地の方が急速に伸び、ブロック別に産地を形成していた。広島県福山市松永地区における木履工業の比重をみると表 3-4 の通りであるが、1956 (昭和31) 年に530事業所があった木製はきものは1964 (昭和39) 年に250企業に半減している。とくに20人以上の事業所は 240 企業から10

企業に激減している。木製履物の中でも下駄は急激に減少しているのに対し、ケミカルサンダルに關係のあるくつ型、くつ芯は急増している。松永木履工業の生産形態を静岡のそれと対比した場合の特徴は、製造販売を兼ねる一貫メーカーの比重の大きいことである。すなわち静岡の

表 3-6 松永下駄製造業者の転廃業等の状況 (1957年以降)

業種	転 業	兼 業	資 本 投 資	脱 退	廃 業
一貫作業	T木工 (医 薬 品) E. S (合 板) T (賃 製 材) S. E (ヒール) M. T (販 売 業) M. T (木ヒール) M. M (ホイスト) T. S (製 材) U. G (加 工) K. Y (スリッパ) M. M (販 売 業) M. T (チ ッ プ) F. F (販 売 業) T. M (飲 食) M (フ ロー リ) H (製 材) K. Y (家 具) F. S (木ヒール) K. T (家 具) (19)	O. M (厨 房) M木材 (合 板) Y. T (木ヒール) M木材 (サンダル) S. J (木ヒール) H木履 (製 材) O. M (木ヒール) (7)	I木工 (厨 房) E. Y (伸 鉄) O. M (厨 房) T. S (タクシー) (4)		(4)
製造問屋	H. Y (木ヒール) K. K (木ヒール) O. T (木ヒール) K. K (牛乳販売) O. T (加 工) T. K (畳 表) Y. M (加 工) N. S (漁業加工) K. S (プ ラ ス チ ャ ック下請) U. H (漁 網) Y. K (加 工) K. T (加 工) T. I (自動車修理) F. K (加 工) T. M (厨 房 器) M. K (ベ ッ ド) T. M (漁 業) F. G (建 具) F. T (製 材) T. T (飲 食 業) (20)		U. Y (厨 房) M. T (絹 綿) E. T (木 セメント)		(12)
三分生地	I. S (チ ッ プ) T. T (製 材) O. H (厨 房 器) O. Y (木ヒール) T. T (製 材) A (厨 房 器) T. S (医 薬 品) N. M (木ヒール) N. M (木ヒール) M. T (製 帽) Y. K (溶 接) S. K (チ ッ プ 製 材) N. M (木ヒール) S. M (木ヒール) U. S (パ ネ ル) K木履 (割 箸) M. Y (溶 接) S. M (割 箸) K. T (製 材) N. F (伸 鉄) K. T (製 材) I. T (製 材) (22)	H. T (製 材) Y. T (木ヒール) A. R (木ヒール) (3)	I. M (絹 綿) (1)	(2)	(12)
賃 仕 上	(木ヒール) (1)				(3)
計	62	10	8	6	31

(注) 1958年の組員数は174社、各欄の()内数字は事業所数であり、脱退、廃業の場合はその数のみ示した。

(資料) 庄谷邦幸「変貌する地方特産工業」(『静岡の中小企業』No. 1, 1968年1月)。

ように産地問屋の地位と比重は高くない。問屋は存在していても、いわゆる問屋資本的機能はきわめて弱い。販売活動は下駄メーカーも参加し、問屋と競合関係にある加工業者は、営業面ではある程度、問屋、メーカーに従属しながらも、経営面では独立性を保持しており、加飾部門を完全に支配している。しかもデザイン研究が専らこれらの手によって行われていて、製品計画の重要な一部門が販売担当機能（問屋、メーカー）から切離されている点が、当産地の特徴であると同時に弱点となっている（広島県中小企業指導所の産地診断報告書より）。

1960年代の下駄の需要減に対し、業界はどのように対処したかをみよう。1954年頃より需要が激減し、1959年頃から事業所の閉鎖、転業が相次いでおり、とくに1960年以降が急激に減少している。昭和32年以降の転業、廃業の実態は表3-6の通りである。これに示されているごとく、ヒール、サンダル、スリッパ等の関連業種に転業するもの、製材業へ転換するものがあるが、この産地の転換で特徴といえるのは厨房製品への転換であろう。筆者は現地で、転換した経営者たちにあって、当時の事情を聞いたが、それこそ「命懸けの飛躍」を試み、新しい製品に賭けたそうである。転換した事業所の階層別特性についてはあまり断定的なことはいえないが、転換時における経営者の年令が30～40代という活動力のある年代であるという特色をもっていた。静岡との対比で転換問題を考える場合、転換に際して産地問屋の果す機能が大きいことはいうまでもない。

(5) 1970年代の大阪のサンダル製造業

大阪府による大阪のサンダル製造業の産地診断が1972（昭和47）年と1976（昭和51）年に実施されているので、主として後者を利用して1970年代の大阪サンダル製造業の特徴を概観しておきたい。

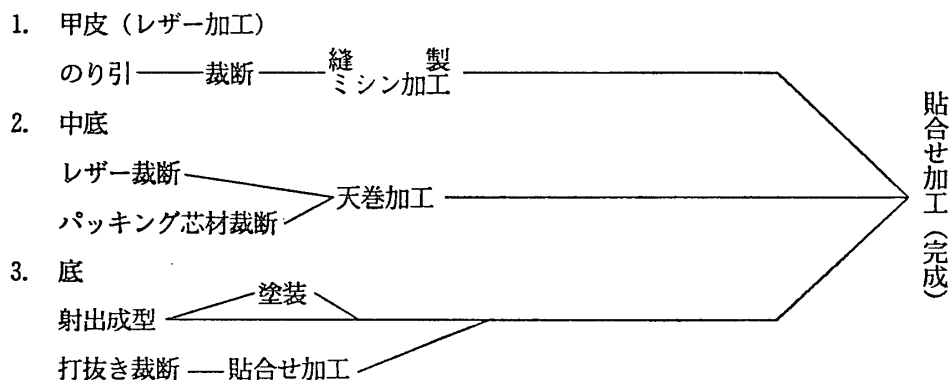
大阪では、部分品から完成品までの一貫生産形態をとるメーカーはまれで、殆んどは工程の細分化によって、分業化がはかられているのが特徴とされる。すなわち、工程別に専門化された業者に対して、メーカーが分割発注する方式がとられているのであるが、実態的には下請とみられている。こうした分業による下請生産方式が定着したのは、生野区に生産業者が集中立地し、工程間の移動が簡単に行えることにあったと指摘されている。

分業の中味は、裁断、ミシン縫製、折加工、天巻、ネーム、ウェルダー、貼加工等であり、それがそれぞれで専門化されているが、その殆んどは数人規模の生業として従事しているといわれる。他方、元方としてのメーカーは、製品企画、原材料仕入れ、裁断、下請手配、箱詰めされた完成品の受入れなど、直接的生産以外の工程を分担し、問屋に近い形態の企業も少なくないといわれる。

大阪のサンダル製造業の流通過程をみておきたい。

大阪府が行った大阪ケミカルサンダル業界産地診断（1976年）によれば、サンダルメーカーの販売先は地方問屋65.7%，大阪御蔵跡（はきもの問屋街）15.3%，スーパー量販店12.0%，

図3-1 サンダルの製造工程

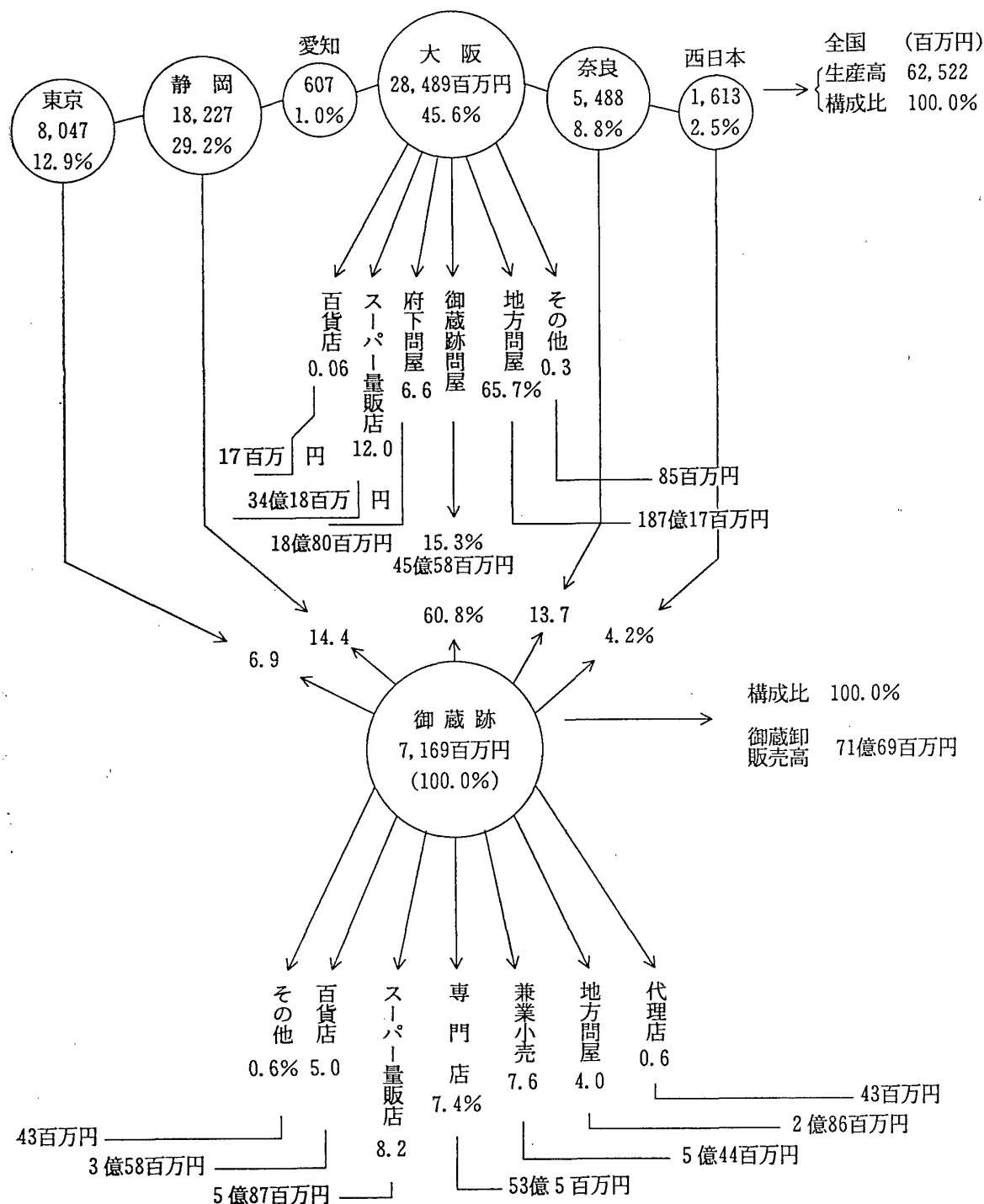


府下問屋6.6%等となっており、府下の卸への依存度は意外に低く、メーカー自身が他県への販売促進活動を積極的に行っている姿が示されている。地域別出荷額比率では、関東33.0%、大阪29.6%、中国・四国・九州17.5%、近畿11.8%、北海道8.1%等となる。全体的にいえ

ば、近畿が4に対して近畿以外が6の割合になり、全国的な商圏の広がりをみせているのは、出荷額の対全国シェアの高さと関連していよう。

大阪のサンダル産地と大阪の問屋集団との関係を図示したものが図3-2である。

図 3-2 サンダル業界流通実態図



(資料) 大阪府『大阪ケミルサンダル業界産地診断』1976年。

4. 大阪サンダル製造業の実態調査 結果の分析

本節では、1993年1月～2月に実施した「都市型中小企業に関する調査」に基づいて、大阪のサンダル産業の経営の実態を明らかにすることが課題である¹⁾。

この調査は、全日本サンダル連合会加盟の大阪サンダル連合会に加盟している、「大阪ゴム履物工業協同組合」（以下「大阪ゴム履物」と略す）、「大阪サンダル工業協同組合」（「大阪サンダル」と略す）、「関西ケミカルサンダル工業協同組合」（「関西ケミカル」と略す）に加入している85社に対して行ったものである。調査期日は、1993年2月初旬、調査方法は、郵送調査法を用いた。そして、42の有効回答を得た。

各工業協同組合の回収状況は以下のとおりである（表4-1）。

表 4-1 調査票の回収状況

	加盟組 合員数 (社)	回 答 企業数 (社)	回 収 率 (%)
大阪ゴム履物工業協同組合	49	19	38.7
大阪サンダル工業協同組合	16	11	68.8
関西ケミカル工業協同組合	20	12	60.0
計	85	42	49.4

(1) 回答企業の属性

回答企業の属性についてまず、みておきたい。

企業の所在地は（表4-2）、「生野区」33社（78.5%）、「浪速区」6社（14.3%）で、「生野区」に集中していることがわかる。いわば「地域集中型工業」となっている。

1) サンダル産業の経営実態については、奈良県『奈良県ゴム製・プラスチック製履物製造業産地振興指針』1982年
東京都台東区中小企業実態調査協議会『台東区中小企業実態調査報告書』1988年
関西大学経済・政治研究所『大都市圏の履物製造業(上)』1990年
などが詳しい。大阪のサンダル業界の歴史については、大阪ゴム履物工業協同組合『創立二十年周年記念誌』1976年、同『創立三十周年記念誌』1986年を参照されたい。

表 4-2 従業者規模別所在地別企業数（単位：社・%）

所在地 従業者規模	計	生野区	浪速区	中央区	東大阪市
計	42 (100.0)	33 (78.5)	6 (14.3)	2 (4.8)	1 (2.4)
1～4人	5 (100.0)	4 (80.0)			1 (20.0)
5～9人	19 (100.0)	14 (73.6)	4 (21.1)	1 (5.3)	
10～19人	16 (100.0)	13 (81.2)	2 (12.5)	1 (6.3)	
20人以上	2 (100.0)	2 (100.0)			

同区には、サンダルメーカーのみならずサンダル底あるいはシューズの底を製造する「底屋」、素材である合成皮革等の糊引き加工を専門に行う業者や中敷部分の製造加工業者からミシン業者、型抜き業者などかなり細分化された工程を専門的に行っている加工業者もかなりの集積をみせている。その意味では、同区はサンダル関連産業の一大集積をみせている。したがって、いわゆる「地域的産業集団」²⁾を形成しているとも考えられる。そして、近年、労働力の高齢化と人手不足等のため労働力基盤が脆弱化している東京のメーカーの支社が同区内に新設されるなど、他産地からの企業の流入もみられ、サンダル産業の生産拠点化している側面をももつ

表 4-3 従業者規模別組織形態

企業形態 従業者規模	計	個人	法人
計	42 (100.0)	23 (54.8)	19 (45.2)
1～4人	5 (100.0)	5 (100.0)	
5～9人	19 (100.0)	11 (57.9)	8 (42.1)
10～19人	16 (100.0)	7 (43.8)	9 (56.2)
20人以上	2 (100.0)		2 (100.0)

2) 板倉勝高、井出策夫、竹内淳彦『大都市零細工業の構造』新評論、1973年参照。

ている。

経営形態では（表4-3）、「個人」経営が23社（54.8％）で、「法人」経営の19社（45.2％）を上回っている。組合別の特徴は、「大阪サングル」がすべて法人経営となっている。

兼業の有無をみると（表4-4）、「専業」が35社（83.4％）で圧倒的である。「兼業」は3社（7.1％）にしかすぎず、業種は不動産業である。経営者年齢の平均は56.7歳であり、「50～60歳」16社（38.2％）、「60～70歳未満」15社（35.7％）が多くなっている（表4-5）。

事業の継承性との関連をみるために、後継者の有無をみると（表4-6）、後継者が「いる」企業は20社（47.6％）、「決っていない」が15社（35.7％）、「いない」が6社（14.3％）となっている。従業員規模別にみると、規模が大きいほ

ど、後継者がいる企業割合は高くなっている。

従業員規模別には（表4-7）、「5～9人」が

表 4-6 従業員規模別後継者の有無（単位：社・％）

従業員規模 \ 後継者	計	有	無	決ま ってい ない	不明
計	42 (100.0)	20 (47.6)	6 (14.3)	15 (35.7)	1 (2.4)
1～4人	5 (100.0)	2 (40.0)	1 (20.0)	2 (40.0)	
5～9人	19 (100.0)	6 (31.6)	3 (15.8)	9 (47.3)	1 (5.3)
10～19人	16 (100.0)	11 (68.7)	2 (12.5)	3 (18.8)	
20人以上	2 (100.0)	1 (50.0)		1 (50.0)	

表 4-4 従業員規模別兼業の有無（単位：社・％）

従業員規模 \ 専業別	計	専業	兼業有	不明
計	42 (100.0)	35 (83.4)	3 (7.1)	4 (9.5)
1～4人	5 (100.0)	4 (80.0)	1 (20.0)	
5～9人	19 (100.0)	16 (84.2)	1 (5.3)	2 (10.5)
10～19人	16 (100.0)	13 (81.2)	1 (6.3)	2 (12.5)
20人以上	2 (100.0)	2 (100.0)		

表 4-7 所属組合別従業員規模別分布

（単位：社・％）

従業員規模 \ 組合	計	大阪 ゴム 履物	関西ケ ミ カルサ ン ダル	大阪サ ン ダル
計	42 (100.0)	19 (100.0)	12 (100.0)	11 (100.0)
1～4人	5 (11.9)	3 (15.8)	2 (16.7)	
5～9人	19 (45.2)	8 (42.1)	6 (50.0)	5 (45.4)
10～19人	16 (38.1)	8 (42.1)	3 (25.0)	5 (45.5)
20人以上	2 (4.8)		1 (8.3)	1 (9.1)

表 4-5 従業員規模別代表者年齢階級別分布

（単位：社・％）

従業員規模 \ 年齢	計	30～40歳 未 満	40～50歳 未 満	50～60歳 未 満	60～70歳 未 満	70歳以上	不明
計	42 (100.0)	3 (7.1)	4 (9.5)	16 (38.2)	15 (35.7)	3 (7.1)	1 (2.4)
1～4人	5 (100.0)	1 (20.0)		2 (40.0)	2 (40.0)		
5～9人	19 (100.0)	1 (5.3)	1 (5.3)	9 (47.3)	8 (42.1)		
10～19人	16 (100.0)		3 (18.8)	4 (25.0)	5 (31.1)	3 (18.8)	1 (6.3)
20人以上	2 (100.0)	1 (50.0)		1 (50.0)			

19社（45.2%）、「10～19人」16社（38.0%）、「1～4人」5社（11.9%）となっており、「20人以上」はわずか2社（4.8%）にしかすぎず、この産業の小零細性が指摘できる。

経営者の前職は（表4-8）、「同業勤務」23社（54.7%）が最も多く、次に「親の跡継ぎ」14社（33.3%）となっている。業界によって大きな相違がある。「大阪ゴム履物」や「関西ケミカル」では、「同業に勤務」から経営者になった割合がそれぞれ73.6%、58.4%と半数以上を占めているのに対して、「大阪サンダル」は「親の跡継ぎ」が63.6%と多い。これは、同協同組合加盟企業に和装履物業から転換した企業が多い

表 4-8 従業者規模別経営者の前職
(単位：社・%)

前職 従業者規模	計	同業に勤務	他業種に勤務	他業種の事業主	親の跡継ぎ	その他
計	42 (100.0)	23 (54.7)	2 (4.8)	1 (2.4)	14 (33.3)	2 (4.8)
1～4人	5 (100.0)	4 (80.0)			1 (20.0)	
5～9人	19 (100.0)	9 (47.4)		2 (10.5)	7 (36.8)	1 (5.3)
10～19人	16 (100.0)	9 (56.1)		1 (6.3)	5 (31.3)	1 (6.3)
20人以上	2 (100.0)	1 (50.0)			1 (50.0)	

表 4-9 従業者規模別受注生産の割合
(単位：社・%)

受注生産割合 従業者規模	計	50%未満	50～80%未満	80～100%未満	100%
計	42 (100.0)	7 (16.7)	14 (33.3)	16 (38.1)	5 (11.9)
1～4人	5 (100.0)		1 (20.0)	2 (40.0)	2 (40.0)
5～9人	19 (100.0)	5 (26.3)	5 (26.3)	7 (36.9)	2 (10.5)
10～19人	16 (100.0)	2 (12.5)	6 (37.5)	7 (43.7)	1 (6.3)
20人以上	2 (100.0)		2 (100.0)		

ためと考えられる。

ところで、生産形態は、受注生産と見込生産に大別される。受注生産形態が平均67.0%で見込生産形態（33.0%）を大幅に上回っている。受注生産50%以上を「受注型企業」とすると（表4-9）、「42社中35社（83.3%）」で8割以上がこれに該当する。これは、大阪のサンダル産業の主力商品が婦人物であるため、その生産は多品種ロットにならざるをえず、需要量を予測した見込生産よりも生産リスクが回避できるといった要因によるものとみられる。

(2) 製品別生産量、上代価格の動向

すでに、前号でみたように、サンダル産業は、各産地によってその製品構成は異なっている。

製品別に当該製品を生産している企業数、生産量をみたのが表4-10である。

同表にみられるように、やはり、当該製品を生産している企業数、生産量共に上位は「婦人サンダル」、「婦人ケミカル」、「紳士サンダル」である。「婦人サンダル」を生産している企業は28社（42.0%）、「婦人ケミカルシューズ」で15社（22.7%）、「紳士サンダル」8社（12.1%）となっている。また総生産足数1,819万足のうち

表 4-10 商品別生産事業所数と生産量

	生産事業所数	生産量 (万足)	構成比(%)	
			生産事業所数	生産量
紳士サンダル	8	208.0	12.1	11.4
紳士バックバンド	1	1.0	1.5	0.1
紳士ケミカル	2	38.0	3.0	2.1
婦人サンダル	28	920.9	42.4	50.6
婦人バックバンド	4	29.0	6.1	1.6
婦人ケミカル	15	498.0	22.7	27.4
子供サンダル	1	40.0	1.5	2.2
子供ケミカル	1	36.0	1.5	2.0
スリッパ等内履	3	29.1	4.5	1.6
ビーチサンダル	1	8.0	1.5	0.4
その他	2	11.0	1.5	0.4
不明	1		3.0	0.6
回答企業合計	66	1,819.0	100.0	100.0
調査企業合計	42			

表 4-11 所属組合別主要製品

(単位: 社・%)

組 合 \ 主要製品	計	紳士サン ダル	紳士ケミ カル	婦人サン ダル	婦人ケミ カル	子供ケミ カル	婦人バ ック バンド と婦人ケ ミカル	不 明
計	42 (100.0)	4 (9.5)	1 (2.4)	24 (57.1)	10 (23.8)	1 (2.4)	1 (2.4)	1 (2.4)
大 阪 ゴ ム 履 物	19 (100.0)	3 (15.8)	1 (5.3)	8 (42.0)	6 (31.6)		1 (5.3)	
関西ケミカルサンダル	12 (100.0)			8 (66.7)	2 (16.7)	1 (8.3)		1 (8.3)
大 阪 サ ン ダ ル	11 (100.0)	1 (9.1)		8 (72.7)	2 (18.2)			

表 4-12 所属組合別生産量

(単位: 社・%)

組 合 \ 生産量	計	10万足 未 満	10~20 万足未 満	20~30 万足未 満	30~50 万足未 満	50~100 万足未 満	100~200 万足未 満	200~250 万足未 満	不 明
計	42 (100.0)	4 (9.5)	9 (21.4)	5 (11.9)	8 (19.0)	12 (28.6)	2 (4.8)	1 (2.4)	1 (2.4)
大 阪 ゴ ム 履 物	19 (100.0)	2 (10.5)	5 (26.2)	4 (21.1)	4 (21.1)	3 (15.8)	1 (5.3)		
関西ケミカルサンダル	12 (100.0)	1 (8.3)	4 (33.5)	1 (8.3)	1 (8.3)	3 (25.0)		1 (8.3)	1 (8.3)
大 阪 サ ン ダ ル	11 (100.0)	1 (9.1)			3 (27.3)	6 (54.5)	1 (9.1)		

「婦人サンダル」が920万足（50.6%）,「婦人ケミカル」498万足（27.4%）,「紳士サンダル」208万足（11.4%）となっており,「婦人サンダル」,「ケミカル」で78%と8割弱を占めている。

また,当該企業の生産量で第1位を占める製品でみても,やはり第1位は「婦人サンダル」24社(57.1%),第2位が婦人ケミカル10社(23.8%),第3位「紳士サンダル」4社（9.5%）となっており,「紳士ケミカル」や「子供ケミカル」を生産足数第1位としている企業は少ない。

だが,表4-11にみられるように業界別に特徴がみられる。

「大阪ゴム履物」は,やはり「婦人サンダル」が第1位であるが42.0%と他の組合よりも低く,「婦人ケミカル」が31.6%と高い割合を示し,シューズへの転換が進んでいることをしめしている。これに対して,「関西ケミカル」は「婦人サンダル」が65.7%と高い割合を示し,

「婦人ケミカル」が16.7%となっている。「大阪サンダル」ではより一層「婦人サンダル」に集中していることがわかる。とはいえ,ケミカルシューズを手掛けている企業は42社中15社(29.1%)と約3割に及んでおり,全体として,ケミカルシューズへの転換が進行していることを推測させる。

生産足数の現状をみると(表4-12),「大阪ゴム履物」,「関西ケミカル」では50万足未満が50~60%程度であるのに対して,「大阪サンダル」は50万足以上が7社(63.6%)と半数以上を占めており,生産規模に関しては相対的に他の2組合よりも大きいことがわかる。

次に,近年の不況による消費需要の落ち込みの中で生産量はどのような変化をしているのかをみたのが表4-13である。

製品の違いを問わず全体として1991年に比しての生産足数の増減については,「減少」して

表 4-13 商品別生産量の増減

	増加	減少	不明	事業 所数
紳士サンダル	1	6	1	8
紳士バックバンド	0	1	0	1
紳士ケミカル	0	2	0	2
婦人サンダル	5	22	1	28
婦人バックバンド	0	3	1	4
婦人ケミカル	8	6	1	15
子供サンダル	0	1	0	1
子供ケミカル	1	0	0	1
スリッパ等内履	3	0	0	3
ビーチサンダル	1	0	0	1
その他	1	0	1	2
回答企業合計	20	41	5	66
製品計	5	29	8	42

いるとする企業が29社（69.1%）と約7割にも達している。「増加」としている企業は「10人以上」のみで4社にすぎない。また、製品別に

みると、「婦人ケミカル」「スリッパ等内履」「子供ケミカル」を除くどの製品でも「減少」と回答している企業が多くなっている。特に同業界の主力商品である「婦人サンダル」では、同製品を生産している企業28社のうち22社（78.5%）が減少しているとしている。このように全体として生産足数を減少させている状況下で、逆に、生産足数を増加させている企業も存在している。それは「婦人ケミカル」の場合、「増加」企業（8社）は「5～9人」（3社）、「10～20人」（5社）といった業界の中堅的企業である。

ところで、サンダルの商品特性として上代価格の低位性やその長期的固定性が指摘されているが、上代価格はどのような水準に現在あるのかをみておきたい。製品別の平均上代価格等をみたのが表4-14である。

製品別の平均上代価格は同表にみられるように紳士物の方が総じて高くなっている。

表 4-14 製品別の平均上代価格の分布

(単位：上段は事業所数/下段は構成比%)

	1000円未満	1000～1500円未満	1500～2000円未満	2000～2500円未満	2500～3000円未満	3000円以上	不明	事業 所数	平均上 代価格 (円)	最高上 代価格 (円)	最低上 代価格 (円)
紳士サンダル	1 (12.5)			6 (75.0)			1 (12.5)	8 (100.0)	2,025	2,300	980
紳士バックバンド					1 (100.0)			1 (100.0)	2,500	2,500	2,500
紳士ケミカル			1 (50.0)			1 (50.0)		2 (100.0)	2,490	1,980	3,000
婦人サンダル	4 (14.3)	2 (7.1)	6 (21.4)	11 (39.3)	3 (10.7)		2 (7.1)	28 (100.0)	1,888	560	2,500
婦人バックバンド	1 (25.0)		2 (50.0)				1 (25.0)	4 (100.0)	1,520	600	1,980
婦人ケミカル	1 (6.7)		7 (46.7)	3 (20.0)	1 (6.7)	1 (6.7)	2 (13.3)	15 (100.0)	2,046	943	3,000
子供サンダル	1 (100.0)							1 (100.0)	980	980	980
子供ケミカル				1 (100.0)				1 (100.0)	2,300	2,300	2,300
スリッパ等内履	2 (66.7)			1 (33.3)				3 (100.0)	1,166	520	2,000
ビーチサンダル	1 (100.0)							1 (100.0)	980	980	980
その他						1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)	3,900	3,900	3,900
回答企業合計	11 (16.7)	2 (3.0)	16 (24.2)	22 (33.3)	5 (7.6)	3 (4.5)	7 (10.6)	66 (100.0)			

「紳士バックバンド」2500円、「紳士ケミカル」2490円、「紳士サンダル」2025円で、紳士物は2000円台である。大阪の主力商品である婦人物の「サンダル」では1888円、「バックバンド」で1520円、「ケミカル」で2046円となっており、「ケミカル」の上代価格がサンダルより多少高くなっている。そして、「スリッパ等の内履等」1166円、「ビーチサンダル」980円となっている。

同表により製品別に価格別分布をみると、全体としては、「2000～2500円」が最も多く、「1500～2000円」、「1000円未満」がこれに続いている。ただ、上代価格を調査票に即して具体的にみると、「2000～2500円」の上代価格は、2000円、2300円、2500円の3つの価格帯に、「1500～2000円」では、1800円あるいは1980円に大別され、この価格帯の場合、多くは後者の1980円となっていることを指摘しておきたい。「1000円未満」も同様に、500円台の極めて低価格なものと980円とに大別されている。このようにみると、大阪のサンダル産業の主要製品は、主に4つ程度の価格帯の商品から構成されているものと考えられる。つまり、(1)500円台(2)980円、(3)1980円、(4)2000円台(2300円、2500円に大別される)がそれである。

上のことを踏まえて製品別分布をみると、「婦人サンダル」では、「2000～2500円」が最も多く、「1500～2000円」、「1000円未満」の順

となっている。また、「婦人ケミカル」では、「1500～2000円」7社(46.7%)の方が多くで、次に「2000～2500円」3社(20.0%)となっており、低価格帯は少ない。「紳士サンダル」では、7割以上が「2000～2500円」となっている。

上代価格の推移は表4-15にみるように、全体として、生産足数の動向と同様に1991年対比で「低下」しているとする企業数は25社(37.9%)で、「上昇」している企業15社(22.7%)を上回っている。「同じ」とする企業は6社(9.1%)でしかない。

製品別には、「婦人サンダル」では、「減少」10社(35.7%)が「上昇」8社(28.6%)、「婦人ケミカル」では、不明も多いが「上昇」と「減少」が同じ割合を示していることが注目される。他の製品は、子供ケミカルを除いて、「減少」か「同じ」となっている。

このように、サンダル産業の生産の現状は、需要の低迷さらには減退により生産量の低下を余儀なくされていることがわかる。そのうえ、上代価格も低下している。このような生産量、上代価格の現状は、経営の収支状況に大きな影響を与えているものと考ええる。そこで、次にここ4カ年の経営の収支状況について述べよう。

(3) 経営収支状況

大阪のサンダル産業の経営の収支状況は、表4-16にみるように徐々に赤字企業数の割合が多くなっている。1989年では「黒字」が23社(54.8%)で、「赤字」が11.9%と10%強であったのが、1992年には、「黒字」を予想している企業は15社(35.7%)へ減少し、逆に「赤字」は13社(31.0%)と2.6倍に増加している。いわば構造的なサンダル需要の低迷の上に、今回の不況による消費の低迷による生産量の減少、上代価格の低下、といった要因が大きく影響しているものと考えられる。

組合別にみると、「大阪ゴム履物」、「関西ケミカル」は、91年、92年で赤字企業が大幅に増加しているのに対して、「大阪サンダル」では、「赤字」が減少し、「とんとん」が増加してい

表 4-15 製品別近年の上代価格の増減

	上昇	低下	同じ	不明	事業所数
紳士サンダル	1	4	1	2	8
紳士バックバンド	0	1	0	0	1
紳士ケミカル	0	2	0	0	2
婦人サンダル	8	10	2	8	28
婦人バックバンド	0	1	0	3	4
婦人ケミカル	4	4	1	6	15
子供サンダル	0	1	0	0	1
子供ケミカル	1	0	0	0	1
スリッパ等内履	0	1	2	0	3
ビーチサンダル	0	1	0	0	1
その他	1	0	0	1	2
回答企業合計	15	25	6	18	66

ることが注目されるのである。

経営状況の悪化をもう少し詳細にみておこう。まず、主要製品である紳士サンダル、婦人サンダル、婦人ケミカルを生産量の第1位としている企業の経営収支状況の推移をみると、「婦人サンダル」で急速に経営収支の悪化している企

表 4-16 最近4カ年の経営収支状況の推移
(単位: 社)

		黒字	とんとん	赤字	不明	計
組 合 別	3 組合計					
	1989年	23	11	5	3	42
	1990	18	13	9	2	42
	1991	17	15	8	2	42
	1992	15	12	13	2	42
	大阪ゴム					
	1989年	9	6	3	1	19
	1990	7	6	6		19
	1991	6	9	4		19
	1992	5	5	9		19
	関西ケミカル					
	1989年	7	4	1		12
	1990	5	6	1		12
	1991	5	5	2		12
	1992	5	3	4		12
	大阪サンダル					
	1989年	7	1	1	2	11
	1990	6	1	2	2	11
	1991	6	1	2	2	11
	1992	5	4		2	11
主 要 製 品 第 一 位	紳士サンダル					
	1989年	2	1		1	4
	1990	2	1		1	4
	1991	2	1		1	4
	1992	2	1		1	4
	婦人サンダル					
	1989年	13	9	1	1	24
	1990	10	9	4	1	24
	1991	10	9	4	1	24
	1992	8	8	7	1	24
	婦人ケミカル					
	1989年	6		3	1	10
	1990	4	2	4		10
	1991	4	3	3		10
	1992	4	3	3		10

表 4-17 従業者規模別1992年の経営収支状況
(単位: 社・%)

従業者規模	経営収支	計	黒字	とんとん	赤字	不明
計		42 (100.0)	15 (35.6)	12 (28.6)	13 (31.0)	2 (4.8)
1～4人		5 (100.0)		1 (20.0)	4 (80.0)	
5～9人		19 (100.0)	7 (36.8)	6 (31.6)	6 (31.6)	
10～19人		16 (100.0)	7 (43.6)	5 (31.3)	3 (18.8)	1 (6.3)
20人以上		2 (100.0)	1 (50.0)			1 (50.0)

業が増加していることがわかる。これに対して、「婦人ケミカル」や「紳士サンダル」で回答数が少ないが、ここ4カ年であまり大きな変化はみられない。

1992年の経営状況を従業者規模別でみると(表4-17)、「1～4人」4社(80.0%)、「5～9人」6社(31.6%)、「赤字」予想企業割合は「10～19人」3社(18.8%)と規模が小さくなるほど高くなっており、零細層での厳しい経営状況がうかがえる。以上のように、全体として経営収支状況悪化がみられる中でも、それは婦人サンダルを主要な製品としている企業や零細層に集中していることがわかる。

(4) サンダルの販売先と展示会の役割

過去1年間の出荷先別出荷額割合をみると(表4-18)、「大阪以外の履物専門問屋」が66%と圧倒的に多い。「大阪の履物専門問屋」16.4%、「量販店」11.9%と続いており、「一般小売店」と「同業者」は2.3%と少ない。従業者規模別では、どの規模でも「大阪以外の履物専門問屋」が最も多いとはいえ、多少規模別特徴がみられる。規模が大きい程「大阪以外の履物問屋」「大阪の履物専門問屋」への販売が低下しており、逆に「量販店」への出荷が多くなっている。「20人以上」では25%と高い割合を示していることが注目される。また、主要製品別でも、「大阪以外の履物問屋」の割合はやは

表 4-18 出荷先別出荷額の割合

(単位：％)

		大阪の履物 専門問屋	大阪以外 の専門履 物問屋	量販店	一 般 小売店	同業者	その他	計
計		16.4	66.0	11.9	2.3	2.3	1.3	100.0
規模別	1～4人	7.0	81.0	0.0	0.0	12.0	0.0	100.0
	5～9人	18.0	63.5	13.1	1.2	1.6	2.6	100.0
	10～19人	17.5	64.5	13.3	4.7	0.0	0.0	100.0
	20人以上	15.0	60.0	25.0	0.0	0.0	0.0	100.0
主要製品第一位	紳士サンダル	23.7	68.0	8.3	0.0	0.0	0.0	100.0
	紳士ケミカル	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	婦人サンダル	18.5	69.7	8.6	0.6	2.5	0.0	100.0
	婦人ケミカル	11.3	51.8	24.2	7.7	0.0	5.0	100.0
	婦人バックバンド と婦人ケミカル	10.0	60.0	0.0	0.0	30.0	0.0	100.0
組合	大阪ゴム履物	16.5	65.4	16.2	0.4	1.6	0.0	100.0
	関西ケミカル	17.3	59.1	6.8	6.8	5.5	4.5	100.0
	大阪サンダル	15.0	74.8	9.2	1.0	0.0	0.0	100.0

り多いが、「婦人ケミカル」では「量販店」が24.2%と他の製品と比べて高い割合を示していることが特徴となっている。このような「婦人ケミカル」の販売先の特徴は、組合別にも示されている。つまり、「婦人ケミカル」を生産している割合が高い「大阪ゴム履物」では、量販店が16.2%と比較的高くなっていることにしめされている。

以上のような「大阪以外の履物専門問屋」への出荷先は具体的にどのような流通経路を経て出荷されているのであろうか。大阪のサンダル産業の流通構造の中で、重要な位置と役割を果たしているのは、「サンダル展」と呼称される展示会である。

従来、サンダルの展示会は大阪に限らず静岡等の主要産地毎で開催されていたが、近年大阪で開催されるようになってきている。これは、消費地の専門問屋が、東京、静岡、大阪の各産地の見本市を巡回するよりも、1カ所に集約されることを希望した結果とも解釈され、次第に大阪の見本市（展示会）が盛大になり、開催数も年2回から4回に増加し、大阪のサンダル産業の流通構造上の位置は徐々に高まってきている。

年4回のうち8月と1月の展示会は参加企業も多く、全国のサンダル産業の一大イベントと

なっている。まず、同展示会への参加状況をみると（表4-19）、「毎開催毎に参加」32社（76.2%）が最も多く、「1月・8月の展示会だけ参加」9社、「その他の展示会にも参加」8社（19.0%）となっており、「参加していない」は8社（19.0%）にすぎない。他の展示会への参加は、ケミカル製品を扱っている企業の一部が神戸の「日本ケミカルシューズ工業組合」等へダブル加盟しているためとみられる。いずれにしても、展示会への参加率は極めて高いもの

表 4-19 従業者規模別サンダル展示会への参加

(単位：社・％)

展示会 従業者 規模	合 計	毎開催 毎参加	1月8 月の見 本市だ け参加	その他 の見本 市にも 参加	不明
計	42 (100.0)	32 (76.2)	9 (21.4)	8 (19.0)	1 (2.4)
1～4人	5 (100.0)	4 (80.0)	1 (20.0)		
5～9人	19 (100.0)	14 (73.7)	4 (21.1)	5 (26.3)	1 (5.3)
10～19人	16 (100.0)	12 (75.0)	4 (25.0)	3 (18.8)	
20人以上	2 (100.0)	2 (100.0)			

表 4-20 サンダル展示会での販売額の割合別企業の分布

(単位：％)

		30%未満	30～50% 未 満	50～80% 未 満	80%以上	計
従業者規模別	1～4人	20.0	20.0	60.0		100.0
	5～9人	21.1	21.1	31.5	26.3	100.0
	10～19人	49.9	18.8	18.8	12.5	100.0
	20人以上	50.0			50.0	100.0
	計	33.4	19.0	28.6	19.0	100.0
主要商品別	紳士サンダル	50.0	25.0	25.0		100.0
	紳士ケミカル	100.0				100.0
	婦人サンダル	33.3	12.5	25.0	29.2	100.0
	婦人ケミカル	30.0	30.0	30.0	10.0	100.0
	子供ケミカル			100.0		100.0
	婦人バックバンドと婦人ケミカル		100.0			100.0
	計	33.4	19.0	28.6	19.0	100.0
所属組合	大阪ゴム履物	36.7	21.1	21.1	21.1	100.0
	関西ケミカル	16.7	16.7	33.3	33.3	100.0
	大阪サンダル	45.4	18.2	36.4		100.0
	計	33.4	19.0	28.6	19.0	100.0
外注の割合	50%未満	62.5	12.5	12.5	12.5	100.0
	50～80%未満	25.0	25.0	25.0	25.0	100.0
	80～100%未満	20.0	20.0	50.0	10.0	100.0
	100%	25.0	18.8	31.2	25.0	100.0
	不明	50.0	25.0		25.0	100.0
	計	33.4	19.0	28.6	19.0	100.0
受注生産割合	50%未満	71.4	28.6			100.0
	50～80%未満	28.6	21.4	35.7	14.3	100.0
	80～100%未満	25.0	12.5	37.5	25.0	100.0
	100%	20.0	20.0	20.0	40.0	100.0
	計	33.4	19.0	28.6	19.0	100.0

と考えてよいであろう。

ここで、この展示会の流通構造上の地位をみるために、各社の展示会での販売額割合をみよう。それをみたのが表4-20である。

まず、展示会の販売額割合の平均は、43.6%で4割を占めている。販売額50%以上をここで仮に「展示会依存型」と考えると、従業者規模別で「1～4人」、「5～9人」がそれぞれ60.0%、57.8%で「展示会依存型」となっているのに対して、「10～19人」68.7%で「非展示会依存型」となっている。「20人以上」は両極に分かれている。また、主要製品別にみると、「婦人サンダル」が展示会の販売額割合が「50%以上」

が54.2%で「展示会依存型」となっているのに対して、「婦人ケミカル」は40%で「展示会非依存型」が多くなっている。「紳士サンダル」は「30%未満」が50%で「展示会依存型」は25%と少なくなっている。また、業界別では、婦人サンダルの集中している「関西ケミカル」は「展示会依存型」が多く、これに対して、「大阪ゴム履物」、「大阪サンダル」では「非依存型」の方が多くなっている。さらに、生産形態等との関連では、「外注依存型」（外注割合50%以上）企業で、受注生産比率が高い企業では展示会依存が多くなっている。

このようにみてくると、比較的ロットの大き

表 4-21 従業者規模別商品の開発体制

(単位: 社・%)

開発体制 従業者規模	計	自分で考 えている	卸問屋等 の意見で 決める	自分の企 画室に専 門担当	外部のデ ザイナー に依頼	そ の 他	不 明
計	42 (100.0)	20 (47.6)	7 (16.7)	11 (26.2)	23 (54.8)	2 (4.8)	2 (4.8)
1～4人	5 (100.0)	1 (20.0)		1 (20.0)	4 (80.0)		
5～9人	19 (100.0)	10 (52.6)	5 (26.3)	2 (10.5)	9 (47.4)	1 (5.3)	1 (5.3)
10～19人	16 (100.0)	8 (50.0)	2 (12.5)	7 (43.8)	9 (56.3)	1 (6.3)	1 (6.3)
20人以上	2 (100.0)	1 (50.0)		1 (50.0)	1 (50.0)		

い量産型で受注生産比率が低く、販売先も量販店などの割合が高い企業ほど、サンダル展示会の販売戦略上の位置は低位なものとなっていよう。

(5) 商品開発体制と生産技術問題

サンダル、ケミカルシューズともに婦人物の比率が高い大阪のサンダル産業にとって、現在のように需要が低迷している中で、消費需要を喚起するためには、デザイン開発を含んだ商品開発体制や自社の技術問題は重要な経営課題である。

回答企業の商品の開発体制の現状を複数回答でみたのが、表4-21である。同表によれば、「外部のデザイナーに依頼」23社(54.8%)が最も多く、「自分で考えている」20社(47.6%)、「自分の企画室に専門担当がいる」7社(16.7%)と続いている。従業者規模別では、家族従業者主体の「1-4人」では、自社での開発力が低いためか「外部のデザイナー」への依存が4社(80%)と高い。また、回答企業が多かった「5～9人」「10～19人」では「自分で考えている」8社(50.0%)、「外部のデザイナー」9社(56.3%)によって商品開発がなされていることがわかる。注目する必要があるのは、零細層においても自社の企画室に専門の担当がいる企業が存在していることである。

いずれにしても多くの企業は、自社に商品企

画・デザイン開発機能を有しており、小零細規模とはいえメーカーとしての存立が可能となっていることを示している。

次に、自社の技術レベルに関しては(表4-22)、「不満足ではないが、改善を要する」22社(52.4%)がもっとも多く「満足」は14社(33.3%)隣っている。「他社とのレベルで劣っている」はわずか1社(2.4%)となっており、製造技術の蓄積と自信が窺える。主要製品でも同様の傾向を示している。

(6) 外注・下請利用と下請工程

大阪のサンダル産業の生産構造上の特徴の1

表 4-22 従業者規模別貴社の技術レベル

(単位: 社・%)

従業者規模	計	満足し ている	不満足 ではないが改 善要	他社と のレベ ルで劣 っている	不明
計	42 (100.0)	14 (33.3)	22 (52.4)	1 (2.4)	5 (11.9)
1～4人	5 (100.0)	3 (60.0)	2 (40.0)		
5～9人	19 (100.0)	5 (26.3)	11 (57.9)	1 (5.3)	2 (10.5)
10～19人	16 (100.0)	5 (31.3)	8 (49.9)		3 (18.8)
20人以上	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)		

つは前号で指摘したように、高い外注・下請利用にある。

表 4-23 従業者規模別外注利用の有無
(単位：社・%)

外注 従業者規模	合 計	利用して いる	利用して いない
計	42 (100.0)	41 (97.6)	1 (2.4)
1～4人	5 (100.0)	5 (100.0)	
5～9人	19 (100.0)	18 (94.7)	1 (5.3)
10～19人	16 (100.0)	16 (100.0)	
20人以上	2 (100.0)	2 (100.0)	

そこで、外注利用の有無をみると(表4-23)、1社を除くすべての回答企業で「利用している」としている。生産額の中で占める外注割合は平均で77.32%と高い。分布をみると(表4-24)、「100%」とする「完全外注・下請活用型」ともいべき企業が、16社(38.1%)と4割近くを占め、「50～100%」が14社(33.3%)となっており、両方で約7割を占めている。外注割合が「50%未満」で「非外注・下請依存型」ともいべき企業は8社(19.0%)と少なく、外注・下請利用によって生産が成り立っていることを示している。

さらに詳細に外注・下請利用状況をみておこう。まず、主要製品別に外注依存度をみると、「婦人サンダル」「婦人ケミカル」で、外注・下請依存率が高くなっている。特に、サンダル

表 4-24 従業者規模別主要製品別外注の割合
(単位：社・%)

外注割合		計	50%未満	50～80% 未 満	80～100% % 未 満	100%	不 明
計		42 (100.0)	8 (19.0)	4 (9.5)	10 (23.8)	16 (38.2)	4 (9.5)
従業者規模別	1～4人	5 (100.0)			1 (20.0)	4 (80.0)	
	5～9人	19 (100.0)	1 (5.3)	1 (5.3)	6 (31.6)	9 (47.3)	2 (10.5)
	10～19人	16 (100.0)	6 (37.4)	2 (12.5)	3 (18.8)	3 (18.8)	2 (12.5)
	20人以上	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)			
主要製品別	紳士サンダル	4 (100.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	2 (50.0)		
	紳士ケミカル	1 (100.0)					1 (100.0)
	婦人サンダル	24 (100.0)	6 (25.0)	2 (8.3)	2 (8.3)	12 (50.1)	2 (8.3)
	婦人ケミカル	10 (100.0)	1 (10.0)	1 (10.0)	3 (30.0)	4 (40.0)	1 (10.0)
	子供ケミカル	1 (100.0)			1 (100.0)		
	婦人バックバンドと 婦人ケミカル	1 (100.0)			1 (100.0)		
	不 明	1 (100.0)			1 (100.0)		

表 4-25 従業者規模別外注利用の理由

(単位：社・%)

外注利用 従業者規模	合 計	外注の方が 品質が良い	自社に生 産設備が ない	コストダ ウンを図 るため	従業員が 少ないた め	そ の 他	不 明
計	42 (100.0)	1 (2.4)	18 (42.9)	9 (21.4)	18 (42.9)	5 (11.9)	6 (14.3)
1 ～ 4 人	5 (100.0)		3 (60.0)	2 (40.0)	4 (80.0)		
5 ～ 9 人	19 (100.0)	1 (5.3)	9 (47.4)	3 (15.8)	9 (47.4)	1 (5.3)	2 (10.5)
10 ～ 19 人	16 (100.0)		6 (37.5)	3 (18.8)	5 (31.3)	3 (18.8)	4 (25.0)
20 人 以 上	2 (100.0)			1 (50.0)		1 (50.0)	

の場合、100%依存が50%と高い割合を示しているのに対し、「紳士サンダル」では、外注依存率が相対的に低位であることが注目される。

このように高い外注・下請活用を行っている理由(複数回答)(表4-25)で最も多いのは「従業員が少ないため」、「自社に生産設備がない」18社(42.9%)で、「コストダウンを図るため」9社(21.4%)がこれに続いている。

従業者規模別にみると、零細なほど「自社に生産設備がない」や「従業員が少ないため」が多くなっている。

次に、サンダル・シューズ生産における外注・下請利用の具体的展開過程をみるために、工程別にどのような利用状況になっているのかをみたのが表4-26である。

サンダル、シューズ製品はそれぞれとも大きくは、3つの部分品に分かれる。(1)バンド部分、(2)中敷部分、(3)底の部分がそれである。それぞれの工程は異なっており、それぞれが更に細分化されている。そして、最終的にこれら3つの部品をまとめ、仕上げ、検品、箱詰めなどの工程を経て、製品化されるわけである。

上のどのような工程に外注・下請が活用されているのかを、利用度が高い順にみると、「ミシン工程」、「糊引加工」で85%、「高周波」75.6%、「ネーム加工」73.2%、「裁断工程」「天巻加工」が共に、70.7%となっている。そして、最終的なまとめ、製品仕上げ工程である「貼

表 4-26 工程別外注・下請事業所数と件数

(単位：社・%)

	利用事 業所数	外注利 用率*	件数	平均 件数
裁断工程	29	70.7	50	1.7
ミシン工程	35	85.4	124	3.5
高周波	31	75.6	50	1.6
天巻加工	29	70.7	43	1.5
吊り込み	15	36.6	34	2.3
底 貼	17	41.5	38	2.2
糊引加工	35	85.4	46	1.3
仕上・荷造り加工	8	19.5	19	2.4
ネーム加工	30	73.2	41	1.4
飾り付け加工(刺繍含む)	21	51.2	58	2.8
貼場加工	26	63.4	66	2.5
内職**	6	14.6	50	8.3
下請***	1	2.4	4	4.0
その他	1	2.4	13	13.0
合計	284	49.5	636	2.2

(注) *外注利用率とは外注と下請事業所を利用している事業所数を回答事業所数(41)で除したものである。

**内職と調査票に記載されているものをそのまま計上してある。

***下請と調査票に記載されているものをそのまま計上してある

場」活用は63.4%で、上の工程ほど活用は高くない。

これらの工程に対して、「仕上げ・荷造り」(19.5%)、「吊り込み」(36.6%)、「底貼り」(41.5%)、「飾り付け」(51.2%)は相対的に活用が低くなっている。しかし、「吊り込み」「底貼り」あるいは

表 4-27 男女別従業者構成

(単位：人・%)

			役員	家族従業者	常時雇用者	パート	小計*	計
三組合計	男	子	69	28	135	1	136	246**
	女	子	24	26	73	32	105	155
		計	93	54	208	33	241	401**
	男	子	28.0	11.4	54.9	0.4	55.3	100.0**
	女	子	15.5	16.8	47.1	20.6	67.7	100.0
		計	23.2	13.5	51.9	8.2	60.1	100.0**
大阪ゴム履物	男	子	29	13	58	1	59	101
	女	子	6	13	27	13	40	59
		計	35	26	85	14	99	160
	男	子	28.7	12.9	57.4	1.0	58.4	100.0
	女	子	10.2	22.0	45.8	22.0	67.8	100.0
		計	21.9	16.3	53.1	8.8	61.9	100.0
関西ケミカル	男	子	19	13	32	0	32	64
	女	子	6	11	25	17	42	59
		計	25	24	57	17	74	123
	男	子	29.7	20.3	50.0	0.0	50.0	100.0
	女	子	10.2	18.6	42.4	28.8	71.2	100.0
		計	20.3	19.5	46.3	13.8	60.2	100.0
大阪サンダル	男	子	21	2	45	0	45	68
	女	子	12	2	21	2	23	37
		計	33	4	66	2	68	105
	男	子	30.9	2.9	66.2	0.0	66.2	100.0
	女	子	32.4	5.4	56.8	5.4	62.2	100.0
		計	31.4	3.8	62.9	1.9	64.8	100.0

(注) *小計とは常時雇用者とパート労働者の合計である。

**雇用形態、従業上の地位が不明の調査票があるため、計と内訳は一致しない。

「仕上げ・荷造り」は、工程としては「貼場」の工程と重なっているため「貼場」とあわせて捉える必要があるであろう。したがって、最終工程である「貼場」の利用はもう少し高いものとする。「飾りつけ（刺繍を含む）」工程は天巻部分の装飾部分であり、婦人物の固有の工程であるため相対的に利用が低くなっている。

ここで、上の工程別件数を仮に、別々の加工業者が担っていると考え（一部は上で指摘したように重なっている）、総外注件数636を41社で除して、1社あたり外注・下請件数を求めると、1社当たりで抱えている外注・下請件数は15件となり、量的にもまた工程としてもかなり裾野の広がった生産構造を形成していることを示し

ている³⁾。

(7) 従業者構成と労働諸条件

回答企業における全従業者は401人で、うち男子246人(61.4%)、女子155人(38.7%)となっており、男子が多くなっている。従業上の地位別構成をみると(表4-27)、役員と家族従業者で137人(34.2%)、雇用者は241人となっている。役員と家族従業者で、全従業者の3割以上をしめている。そして、雇用形態別では「常時雇用者」が208人で雇用者の86.3%と大半を

3) 大阪府立大学庄谷・中山ゼミナール『大阪生野における在日韓国・朝鮮人の労働と生活 1991年度調査報告』P50, 1991年。

しめ、「パート」は33人と非常に少ない。雇用者の男女別構成は、「常時雇用者」では男子が64.9%と6割をしめ、パートのほとんどは女子となっている。

中小企業における重要な労働力基盤としてパート労働力の活用が進んでいるが、大阪のサンダル産業では「パート」の活用は必ずしも高いとはいえない現状にあると考えられる。このような従業者構成の特徴は、生産工程の大半を外部化していることに起因している。

では、このような従業員に対してどのような労働条件が整備されているのかを次にみよう。それをみたのが表4-28である。まず、回答企業全体として整備されている労働諸条件としては、「健康保険」29社(69.0%),「厚生年金」26社(61.9%),「労災保険」26社(61.9%)となっており、社会保険は比較的高い整備状況を示している。しかし、「雇用保険」に関しては、16社(38.1%)と低い整備状況を示している。これは、雇用者がいない零細な企業は適用対象とならないことやパート等その適用に困難性をもつ労働者を抱えていることが影響している。それ以外の労働条件をみると、「定期昇給制度」24(57.1%),「給与規定」が22社(52.4%),「就業規則」で20(47.6%),「退職金制度」は19社(45.2%)となっておりおよそ半数近くが未整備となっている。「週休2日制」「有給休暇」6社(14.3%)といった労働時間、休暇に関する労働条件は1

割強程度と低い整備状況にある。従業者規模別では、家族従業員を主体としている「1~4人」を除いて、規模が大きいほど社会保険などを含めて労働諸条件の整備がすすんでいる。ただ、指摘しておきたいのは、「20人以上」では社会保険が整備されているのに対して、「5~19人」では雇用者を抱えているにもかかわらず、未整備企業が少なからず存在していることである。後述するように「人材・人手不足」が経営上の問題点の第3位に指摘されており、従業員確保策としても労働諸条件の整備は今後の重要な経営課題であろう。

(8) 資金調達

開業資金の調達は(表4-29)、「自己資金」36(85.7%),「信用組合、信用金庫」10社(23.8%),「市中銀行」10社(23.8%),「親戚、友人」6社(14.3%)となっており、「公的資金の利用」は2社(4.8%)とわずかである。組合によって、開業資金の調達方法に相違がみられる。「自己資金」が最も多いが、「大阪サンダル」では、「市中銀行(都銀・地銀)」も6社(54.5%)と資金調達方法となっているのに対し、「関西ケミカル」「大阪ゴム履物」では、「市中銀行」は少なく、「信用金庫・組合」が調達方法となっている。

次に、設備・運転資金の調達状況に関してみると(表4-30)、「自己資金」30社(71.4%)が最も多く、「信用組合、信用金庫」21社(50.0

表 4-28 従業者規模別労働条件の整備状況

(単位:社・%)

従業者規模	計	就業規則	給与規定	健康保険	厚生年金	労災保険	退職金制度	有給休暇	定期昇給制度	雇用保険	週休二日制
計	42 (100.0)	20 (47.6)	22 (52.4)	29 (69.0)	26 (61.9)	26 (61.9)	19 (45.2)	6 (14.3)	24 (57.1)	16 (38.1)	6 (14.3)
1~4人	5 (100.0)	1 (20.0)	1 (20.0)			1 (20.0)					
5~9人	19 (100.0)	10 (52.6)	13 (68.4)	13 (68.4)	10 (52.6)	10 (52.6)	8 (42.1)	1 (5.3)	12 (63.2)	4 (21.1)	4 (21.1)
10~19人	16 (100.0)	8 (50.0)	7 (43.8)	14 (87.5)	14 (87.5)	13 (81.3)	9 (56.3)	5 (31.3)	11 (68.8)	10 (62.5)	1 (6.3)
20人以上	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)	2 (100.0)	2 (100.0)	2 (100.0)		1 (50.0)	2 (100.0)	1 (50.0)

(注) 従業員教育制度、提案制度、苦情処理制度への記入はなかった。

表 4-29 従業者規模別開業資金の調達方法

(単位：社・％)

従業者 規模	計	自己資金	公的資金 資金制度 の利用	市中銀行 (都市銀、 地銀)	信用組合、 信用金庫	親戚、友 人	相互金融 など民間 の金融	そ の 他
計	42 (100.0)	36 (85.7)	2 (4.8)	10 (23.8)	10 (23.8)	6 (14.3)		2 (4.8)
1 ～ 4 人	5 (100.0)	4 (80.0)			2 (40.0)			
5 ～ 9 人	19 (100.0)	19 (100.0)	2 (10.5)	6 (31.6)	5 (26.3)	4 (21.1)		
10 ～ 19 人	16 (100.0)	12 (75.0)		3 (18.8)	3 (18.8)	2 (12.5)		1 (6.3)
20 人 以上	2 (100.0)	1 (50.0)		1 (50.0)				1 (50.0)

表 4-30 従業者規模別設備・運転資金の調達状況

(単位：社・％)

従業者 規模	計	自己資金	公的資金 制度の利 用	市中銀行 (都市銀、 地銀)	信用組合、 信用金庫	親戚、友 人	相互金融 など民間 の金融	そ の 他
計	42 (100.0)	30 (71.4)	16 (38.1)	20 (47.6)	21 (50.0)	1 (2.4)		1 (2.4)
1 ～ 4 人	5 (100.0)	5 (100.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	3 (60.0)			
5 ～ 9 人	19 (100.0)	14 (73.7)	9 (47.4)	9 (47.4)	12 (63.2)	1 (5.3)		
10 ～ 19 人	16 (100.0)	10 (62.5)	5 (31.3)	8 (50.0)	5 (31.3)			1 (6.3)
20 人 以上	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)	1 (50.0)			

％),「市中銀行」20社(47.6％)と続いている。そして,「公的資金制度の利用」は,16社(38.1％)と4割を下回っている。

(9) 経営上の問題

大阪のサンダル業界が抱えている経営上の問題点はこれまでの考察で,ある程度浮き彫りにされているが,ここで経営上の問題点の上位3位を複数回答でみると(表4-31),第1位「需要の低迷」26社(61.9％),第2位「製品単価安」21社(50.0％),第3位「人材・人手不足」19社(45.2％)となっている。これに「同業者間との過当競争」15社(35.7％),「外国産品との競争」11社(26.2％)が続いている。

調査結果からわかるように構造的ともいえる

近年のサンダル需要が低迷している上に今回の不況が重なって,より需要が低迷しているため生産量は減少しており,しかも,全体として上代価格の低下を余儀なくされている現状にある。このような状況のもとでは,同業者間競争は従来になく激化する。したがって,需要の低迷や,製品単価安,あるいは同業者間競争の激化,海外産品との競争といった項目が経営上の問題点の上位を占めていることはうなづける。

さらに,問題とされているのは,「工賃問題」8社(19.0％),「デザイン・技術の立ち遅れ」7社(16.7％)「資金調達」6社(14.3％)である。そして「後継者難」や「人件費」など人材確保と密接に関連する問題点の指摘が少ないことは注目される。

表 4-31 従業者規模別経営上の問題点

(単位：社・%)

問題点 従業者規模	計	人材・ 人手不 足	資金調 達	工賃問 題	デザイ ン・技 術の立 ち遅れ	立地問 題	人件費 の増大	製品単 価安	後継者 難	需要の 低迷	外国産 品との 競争	同業者 間の過 当競争
計	42 (100.0)	19 (45.2)	6 (14.3)	8 (19.0)	7 (16.7)	1 (2.4)	4 (9.5)	21 (50.0)	1 (2.4)	26 (61.9)	11 (26.2)	15 (35.7)
1～4人	5 (100.0)		1 (20.0)	1 (20.0)	1 (20.0)		1 (20.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	5 (100.0)		1 (20.0)
5～9人	19 (100.0)	10 (52.6)	2 (10.5)	3 (15.8)	4 (21.1)	1 (5.3)	1 (5.3)	11 (57.9)		12 (63.2)	5 (26.3)	8 (42.1)
10～19人	16 (100.0)	8 (50.0)	3 (18.8)	4 (25.0)	2 (12.5)		2 (12.5)	7 (43.8)		7 (43.8)	6 (37.5)	5 (31.3)
20人以上	2 (100.0)	1 (50.0)						2 (100.0)		2 (100.0)		1 (50.0)

10) 地方自治体への要望

上のような経営上の問題点を抱えている大阪のサンダル業界は地方自治体へどのような要望をもっているのでしょうか。

複数回答で要望の上位(表4-32)をみると、第1位「技術研究開発助成」18社(42.9%)、第2位「運転資金融資」16社(38.1%)、第3位「市場開拓・PR」12社(28.6%)となっており、これに、「輸入規制」9社(21.4%)や「機械設備のリース・貸与」「組合事業への指導・援助」7(16.7%)が続いている。これらの上位の要望は、第1に商品企画や製造にかか

わるもの、第2に経営悪化のもとでの融資といった金融、第3に需要開拓、第4に業界活動への支援に関する要望の4つに大別される。

ところで今回調査では自治体への要望に関する自由回答欄を設けた。記入されている調査票は必ずしも多いとはいえないが、要約しておきたい。

まず、第1に、組合が開催する展示会への自治体の協力である。例えば、出品の際の助成金や会場の便宜をはかる等会場の確保に対する要望がそれである。現在、展示会場は組合ごとに異なっているが、すべての組合が同一会場で開催できる会場の確保などを要望する声もみられた。

表 4-32 従業者規模別地方自治体への要望

(単位：社・%)

	計	技術研 究開発 助成	機械設 備のリ ース・ 貸与	従業員 の福利 厚生対 策	後継者 の育成 指導	市場開 拓・P R	元請・ 下請の 斡旋	経済・ 経営情 報の提 供	運転資 金融資	輸出振 興	輸入規 制	工場地 ・工場 アパート の建設	工場周 辺地域 の環境 整備	組合事 業への 指導・ 援助	異業種 間交流
計	42 (100.0)	18 (42.9)	7 (16.7)	5 (11.9)	4 (9.5)	12 (28.6)	4 (9.5)	3 (7.1)	16 (38.1)	5 (11.9)	9 (21.4)	1 (2.4)	1 (2.4)	7 (16.7)	3 (7.1)
1～4人	5 (100.0)	1 (20.0)	1 (20.0)			3 (60.0)	1 (20.0)		1 (20.0)		2 (40.0)			2 (40.0)	2 (40.0)
5～9人	19 (100.0)	10 (52.6)	2 (10.5)	2 (10.5)	2 (10.5)	5 (26.3)	2 (10.5)	1 (5.3)	10 (52.6)	3 (15.8)	4 (21.1)	1 (5.3)		4 (21.1)	1 (5.3)
10～19人	16 (100.0)	7 (43.8)	3 (18.8)	2 (12.5)	2 (12.5)	2 (12.5)	1 (6.3)	2 (12.5)	4 (15.0)	2 (12.5)	3 (18.8)		1 (6.3)		
20人以上	2 (100.0)		1 (50.0)	1 (50.0)		2 (100.0)			1 (50.0)					1 (50.0)	

第2に、輸入品に関連した要望である。具体的には、製品輸入に対する規制と、海外原材料に対する関税の撤廃である。

第3に、今回の不況の下での資金融資に関連した要望である。具体的には、貸出金利の自治体等の一部負担などの要望である。

最後に、上代価格に関してである。上代価格が上昇しておらず、むしろ低下する動きすらあるのが現状である。こういった動きへの是正の要望があげられている。

このような要望は、大阪府あるいは大阪市の現状の産業振興施策等の活用で実現可能なものであるのかどうか、施策の実際の運用面を含めて、検討すべき重要な論点である。この実態調査結果では、そこまで踏み込んで考察していない。

今後、大阪府・市の産業政策の展開過程と現

状の検討が必要である。

まとめにかえて—今後の課題—

本稿は、1992年度に実施した「都市型中小企業に関する調査」の集計結果を取りあえずまとめたもので残された課題は多い。第1に、メーカー、問屋から加工業者まで一貫して把握するなど、サンダル産業をより構造的に把える必要があること、第2に、他産地との生産構造上の相違・技術を明確にするために他産地の経営実態について調査する必要があること、第3に、自治体の産業政策の現状を検討することなどが残されているが、今後の課題としたい。

〔本調査研究は、平成4年度（1992年度）文部省・科学研究費補助金・一般研究Cによる成果の一部である。執筆分担は3は庄谷、4は中山である。〕